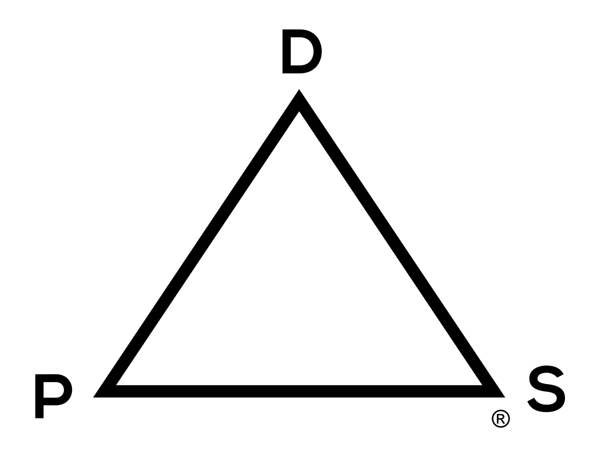
EL VENDEDOR MILLONARIO

6 PASOS ESTRATÉGICOS PARA VENDER MÁS CON MENOS ESFUERZO





EL VENDEDOR MILLONARIO

El vendedor millonario
6 Pasos estratégicos para vender más con menos esfuerzo

Redacción: Marcos Gonzales
Edición: Zaida Ayala
Colaboradores: Jorge Camiloaga
Diseño: Carlos Rocca

Marzo 2018
Impreso en Perú - Printed in Peru

Dedico este libro a todas las personas que tienen las agallas de luchar por sus sueños y hacer de su vida una verdadera fuente de inspiración.

Índice

Introducción 6

El vendedor millonario

1. Prepárate y desarrolla
   una mentalidad de riqueza 8
2. El arte de prospectar 25
3. Llama la atención 36
4. Encuentra
   un problema o deseo 55
5. Muestra evidencia 65
6. Presenta la solución 76

Anexo

1. Maestro Cerrador 89

Introducción

Te felicito por la decisión de adquirir este libro y tu compromiso profundo de llevar tu vida al siguiente nivel. Hoy he decidido revelarte los secretos ocultos de los vendedores con más grandes ingresos en el mundo, ***esta información la diseñé con un solo ánimo y es ayudarte a generar mejores resultados.***

La diferencia entre el vendedor promedio y el vendedor millonario, es que el vendedor millonario se compromete; por ello, tienes que retarte a leer este libro, cien a mil veces, tienes que comprometerte a dominar la maestría de este material, convertirte en un vendedor millonario, vender, vender y vender; porque cuando tú vendes ayudas, cuando tú vendes mejoras la calidad de vida de miles de personas, el éxito es tu deber, tu obligación, tu compromiso y responsabilidad.

Hago la aclaración, yo no soy un escritor, soy un vendedor, y este libro no es motivo de un Premio Nobel, este libro tiene el único ánimo de enseñarte a vender, vender y vender.

Por ello, este valioso material tiene un lenguaje directo, te enseñaré los seis pasos para hacer presentaciones y ofertas irresistibles.

Además, te revelaré los secretos para convertirte en un maestro cerrador y vender más con menos esfuerzo, lograrás ser un vendedor millonario.

7

1

PREPÁRATE Y DESARROLLA UNA MENTALIDAD DE RIQUEZA

"Se ha extraido más oro
de la mente humana,
que de la tierra"
Yudis Lonzoy

¿Cuál es la clave del éxito? Durante muchos años los especialistas en desarrollo personal y comportamiento humano han tratado de responder esta pregunta, algunos argumentan que la clave del éxito está en la motivación; otros en el compromiso, en la disciplina; otros mencionan que está en la actitud mental positiva; hay argumentos para todos los gustos, sin embargo, desde mi experiencia e investigación quiero responder de manera firme y contundente lo siguiente:

Lo primero que debes tomar en cuenta es que: ***"querer no es poder",*** puedes estar muy motivado, muy disciplinado, puedes ser muy consistente, pero no basta para generar resultados, para tener éxito en la vida, en las ventas o simplemente en los negocios.

Quizás Tú o un familiar están pasando un problema en este momento, imagínate que el problema es de tamaño diez y tú eres de tamaño cinco, el problema es más grande que Tú; haber motívate para solucionarlo, ¡salta!, ¡grita!, ve a tu curso "pare de sufrir", ve a tu curso "actitud mental positiva", cierra los ojos y di: "yo quiero", "yo puedo", "yo lo voy hacer", ¿crees que es suficiente?.

¿Qué pasa cuando el problema es más grande que Tú?, la mayoría de personas ¿qué hacemos?, nos frustramos, tenemos miedo, estamos con emociones negativas, energía baja y la mayoría de personas renuncia.

Napoleon Hill mencionó en su libro "Piense y hágase rico", que una de las causas más comunes del

fracaso es que la gente abandona en momentos de frustración temporal, porque los problemas son más grandes que las personas.

Cuando Tú no sabes algo, te llenas de energía y pensamientos negativos, duda, miedo, temor y frustración temporal; pero cuando Tú y yo dominamos esa materia, estamos preparados para ganar, sentimos seguridad, certeza y convicción, ya que al estar preparados somos más grandes que los problemas, ¿qué pasa cuando viene un problema tamaño 10 y Tú eres de tamaño 15?, lo resuelves con seguridad y convicción absoluta, lo puedes resolver y no solo por que quieras, sino porque puedes hacerlo, porque puedes lograrlo, porque sabes cómo, querer no es poder, saber es poder, y cuando has accedido a este libro, estás entrenando tu mente, estás entrenándote para crecer, estás entrenándote para ganar, porque este libro te va a invitar a ganar, ganar y ganar.

La mejor manera de revelarse contra la pobreza, contra la mediocridad es la educación, entrénate,

aprende y mejora.

Recuerda que la clave del éxito está en la capacitación, en aprender, en mejorar. No es suficiente tener una motivación, necesitas algo más que eso, cuando te preparas aprendes, mejoras, creces, tienes técnicas, argumentos y estrategias, cuando te preparas tienes la mentalidad correcta.

Pero cuando no te preparas, simplemente no avanzas. Se acerca un alumno nuevo a una academia de karate y este le pregunta al maestro:

"¿Cuánto tiempo demora una persona normal para llegar a ser un cinturón negro?"; el maestro lo observa y lo mira a los ojos y le dice: "ninguna persona normal se convierte en cinturón negro".

Si quieres ser un cinturón negro en las ventas, tienes que ser anormal, pensar diferente, educarte diferente, prepararte diferente para tener resultado diferente, si deseas triunfar en la vida y en los negocios, si deseas ganar gran cantidad dinero tienes

que prepararte, pero no igual que todos, no hablo de la educación que te da la universidad, que no tiene nada de malo, sin embargo quiero hablarte de una educación diferente, una educación vivencial, práctica, una educación que te invite a crecer a avanzar que eleve tus estándares, una educación que te invite a conquistar las estrellas, que te invite a conquistar el mundo, que te invite realmente a lograr todo aquello que quieres, y para ello no es suficiente la motivación, es la preparación, nuevamente lo digo:

"QUERER NO ES PODER,
SABER ES PODER"

Quiero que recuerdes algo muy importante, decía Napoleón Hill, "la riqueza, la pobreza, el éxito y el fracaso están en tu mente", cuando estás aprendiendo estás mejorando, cuando estás aprendiendo estás creciendo, una de las causas más

comunes del fracaso en la vida, en los negocios y en las ventas es que mucha gente dice “eso ya lo sé”, “eso ya lo escuché”, “se creen la última chupada del mango”, creen que ya lo saben todo, ¡no señores!, es mil veces mejor estar en modo de aprendizaje que en modo eso ya lo sé, la clave y la base está en ser un alumno del mundo.

Quiero retarte a que tengas la actitud de un alumno, la actitud de aprender y mejorar, para que realmente puedas generar mejores resultados tienes que estar en modo aprendizaje. Le preguntaron a T.Harv Eker, autor de “Los secretos de la mente millonaria” ¿Cuándo usted comenzó a generar éxito financiero?, Él no contestó: cuando hice inversiones en bienes raices, cuando construyo tal o cual empresa, ¡no!, Él contestó lo siguiente:

“Yo me volví rico, comencé a generar riqueza cuando comencé a desarrollar una mentalidad de riqueza y deje de tener una mentalidad de pobreza”.

Si quieres ser un vendedor de resultados, un

vendedor que gana mucho dinero, tienes que prepararte, tienes que entrenarte, recuerda que Napoleón Hill mencionó que "se ha extraído más oro de la mente humana que de la tierra". La auténtica riqueza está en la mente, así como la pobreza y la mediocridad, a partir de ahora te voy a retar, te voy a invitar y te voy a instar a que seas un aprendiz por excelencia y que saques toda la riqueza que está en tu mente.

Tienes que despertar el rico que está en ti, porqué la educación, el entrenamiento es el proceso por el cual el ser humano saca lo mejor de sí mismo, el pasaporte para la libertad es la educación, el pasaporte para el éxito financiero y el éxito en las ventas está en la educación, porque recuerdo al gran Sócrates que mencionaba que la clave y la base del éxito está en el aprendizaje, que sólo hay un bien que es el conocimiento y un mal que es la ignorancia, y la ignorancia es la raíz de la pobreza y la mediocridad, mientras que el responsable de la riqueza y prosperidad en tu vida, es el conocimiento.

Recuerda que el primer paso hacia el proceso de hacer presentaciones irresistibles y poderosas es desarrollar una mentalidad de riqueza, una mentalidad para ganar para conquistar tus sueños, para ir a todo o nada, ahora o nunca.

¿Por qué aprender a vender?, por la simple, sencilla y profunda razón de que ventas es igual a ingresos, el resto es cuento.

Tu vida necesita más ventas, quieres comprarte algo, más ventas; quieres viajar, más ventas; quieres más éxito, más ventas; entonces tienes que hacer lo siguiente, primero leer mínimo una hora al día, un libro a la semana y en el peor de los casos dos libros al mes; escuchar de tres a cuatro audios sobre mentalidad, liderazgo, inteligencia emocional, técnicas de ventas, negociación, persuasión, psicología y todo lo que te invite a crecer, avanzar y lograr mejores resultados, además asiste a uno o dos entrenamientos presenciales al mes, siempre busca gente que te sume energía.

"Si andas con dos idiotas el tercero serás Tú, si andas con dos ganadores el tercero serás Tú" Y Tú ¿qué eliges?

La gente exitosa se prepara, se pone en un buen estado emocional y tiene amigos, tiene contactos que lo invitan, lo retan a crecer, a avanzar y a generar resultados.

Cuando un vendedor se frustra al momento de vender, al momento de cerrar, al momento de presentar su producto o servicio es simplemente porque no sabe, todo aquello que te frustra es un claro indicador de que es aquello que te falta por aprender, querer no es poder, saber es poder.

Quizás te estás preguntando: Yudis, ¿por qué me repites en todo momento esa frase, "querer no es poder, saber es poder"?, por la sencilla y única razón que deseo en lo más profundo de mi corazón que entiendas que si Tú estás en modo aprendizaje, literalmente puedes conquistar el mundo.

Si te frustra vender es porque no sabes vender, tienes que aprender sobre ventas, leer sobre ventas, escuchar audios sobre ventas, ve a entrenamiento sobre ventas, toma acción en ventas y te garantizo algo, tendrás resultados diferentes.

Algo que tienes que recordar es administrar tu estado emocional, un “no” fortalece tu carácter, un “si” fortalece tus bolsillos, muchas personas te van a decir que “no”, “déjame pensarlo”, “yo te aviso” y todo eso, recuerda algo, mentalidad correcta, enfoque correcto, utiliza mentalidad de ganador, no permitas que las circunstancias externas perturben tu paz interior, los buenos vendedores son administradores de su estado emocional, los buenos vendedores son inductores de estados emocionales, tienes que inducir estados emocionales positivos a tus clientes. Recuerda que tu cliente asocia tu estado emocional a tu producto, servicio o idea.

Ser exitoso es doloroso. Vas a tener que entregar más, prospectar más, tocar muchas puertas, administrar tus emociones, tendrás que cantar, reír,

saltar para ponerte en el mejor estado emocional, en efecto ser exitoso es doloroso, pero más doloroso es no serlo, vivir en mediocridad, en conformismo es más doloroso, el camino hacia la grandeza en el mundo de las ventas es un proceso de crecimiento constante.

Tú no naciste para ser una persona promedio, Dios te creo para algo grande, algo extraordinario, recuerda que tú naciste para triunfar, para brillar como las estrellas y plasmar tu nombre en la historia, hacer de tu nombre sinónimo de éxito hacer de tu vida una verdadera obra de arte.

"SI ERES POBRE NO ES PORQUE DIOS TE QUIERA POBRE, **ES PORQUE TIENES HÁBITOS Y PENSAMIENTOS DE POBRE"**

Muchos vendedores no venden porque no se preparan, la falta de preparación te quita energía, la

gente asocia tu producto a tu estado emocional, si Tú vas a vender en público o vas a vender por teléfono la clave es tu energía y tu estado emocional, el primer paso de la venta se llama: desarrolla una mentalidad de riqueza; se llama, desarrolla una mentalidad de ganador; se llama, prepárate y pon tu mejor estado emocional tan alto que cuando comuniques cambies el estado emocional de las personas.

Si Tú desarrollas una mentalidad de ganador y estás en constante aprendizaje te garantizo algo, vas a vender, vender y vender, recuerda: ventas es igual a ingresos, y más ingresos más dinero, mayor dinero, mayor libertad; y la mejor manera de rebelarte contra la mediocridad y la pobreza es entrenando.

Si vas a vender felicidad, tu energía, tus palabras, tu voz tienen que expresar felicidad, por lo tanto te invito, te reto y te insto a que a partir de ahora administres tu estado emocional, no seas una persona mediocre e infeliz, se una persona exitosa, ganadora, una persona excelente, una persona que tiene las agallas de comerse el mundo, las ganas de

conquistar sus sueños y se el héroe de tu historia.

“El vendedor millonario está 100 por ciento convencido que Él es el único culpable y responsable de sus resultados, el resto es excusa”

Dios no te quiere pobre, Dios te quiere rico, feliz y próspero, en ninguna parte de la biblia te habla que te quiere pobre, Dios quiere que sus hijos sean prósperos, y es muy importante que tomes en cuenta que tienes el talento y la capacidad para hacerlo.

El éxito está en prepararte y en administrar tu estado emocional, y te preguntarás: Yudis, ¿cómo administro mi estado emocional?, y te respondo:

¡Salta, mira hacia arriba, hazte preguntas positivas como por ejemplo ¿Quién es la persona que más amas?, ¿Cuál es tu sueño más grande?, ¿Cuál es el beneficio que obtendrás si tomas ésta acción?, Respira y busca la manera de cambiar tu estado emocional!

Si logras cambiar tu estado emocional aumenta

la probabilidad de generar más ventas, si cambias tu estado emocional aumenta tu capacidad para poder persuadir a otros, tienes que convencer tienes que persuadir, tienes que hacer presentaciones poderosas.

Los vendedores y las personas que ganan más dinero en el mundo son inductores de estados emocionales, así que induce estados emocionales positivos, esa es la mentalidad correcta que tienen los vendedores millonarios y a partir de hoy Tú eres uno de ellos.

La venta más importante, es una venta llamada "Tú"; a la primera persona que tienes que convencer y persuadir que lo que Tú estás ofreciendo es lo mejor, "es a ti mismo", el vendedor millonario es producto de su producto, tienes que usar tu producto, enamorarte de tu producto, tienes que ser realmente fan de tu producto.

Si crees y consideras que el producto que estás ofreciendo a los demás soluciona un problema y

ayuda a mejorar la calidad de vida de tus clientes; si consideras que vender es ayudar; y que realmente lo que tienes es lo mejor, vas a vender.

En un proceso de venta no gana el que más sabe, gana el que tiene la mayor convicción, persuade el que tiene la convicción más profunda , así que toma en cuenta algo, vuélvete fan de tu producto, usa tu producto, enamórate de tu producto.

Uno de los errores más comunes de los vendedores principiantes es no usar su producto, venden felicidad pero no son felices, hablan de éxito y no son exitosos, son incoherentes.

El pesimismo conduce a la debilidad, el optimismo al poder, para que Tú tengas poder, fuerza, convicción, deseos, ganas y razones sólidas, tienes que ser producto de tu producto, si te convences a ti mismo que lo que le ofreces al cliente es lo mejor, cuando ofrezcas tu producto yo te garantizo, vas a vender y punto.



PROBLEMA

- 1 PASO:
  PREPÁRATE Y DESARROLLA
  UNA MENTALIDAD DE RIQUEZA



2

EL ARTE DE PROSPECTAR

"No hay ventas sin prospección"
Yudis Lonzoy

El segundo paso táctico para convertirte en un vendedor millonario es dominar el arte de prospectar.

Prospectar es sacar datos, contactar y relacionarte con los demás, si le preguntas a una persona exitosa tanto en el mundo de los negocios o en cualquier área, ¿cuál es la clave de su éxito?, muchos de ellos te van a decir que su éxito radica en quién conocen, en su base de contactos.

Muchas empresas de manera irresponsable gastan publicidad en traer nuevos clientes, en buscar

 26

nuevos clientes y no trabajan ni cultivan su base de contactos.

¿Qué es una base de contactos? Tú y yo tenemos contactos, amigos, conocidos, familiares y muchas otras personas, que aunque no lo creas pueden ser el inicio para hacer tus primeras ventas, no hay éxito en las ventas sin prospección, uno de los errores comunes de los vendedores promedio es que no prospectan.

Si no tienes prospectos ¿a quién vas a llamar?, ¿a quién vas a presentar?, ¿a quién vas a vender?, no hay ventas sin prospección. Los vendedores mediocres se quejan porque no tienen a quien vender, ¡falso!, podemos iniciar un plan estratégico en las ventas con nuestra base de contactos que son nuestra lista de conocidos y ésta va a crecer si le prestamos atención.

Si analizas tu círculo social, verás que tienes amigos, familiares, compañeros, ex compañeros, jefes, ex jefes, etc., a ellos puedes tomarlos como base para iniciar tu camino hacia el mundo de las ventas.

"Las ventas son una aventura atrevida, tienes que ser atrevido. Nadie te va entregar el éxito, tienes que salir a conseguirlo"

Quizás te preguntarás: ¿ellos se interesarán en mi servicio?, que ellos no se interesen en tu servicio no quiere decir que sus amigos, familiares y contactos no puedan hacerlo. Toma en cuenta esta estadística que fue un disparador para el éxito en las ventas en mi organización, las investigaciones demuestran que cada persona automáticamente tiene una red de 500 contactos, cada persona tiene una red de referidos, amigos, de familiares, etc. Por ejemplo: si tienes un conocido que se llama Perico y lo descartas, simplemente estas descartando a 500 personas, observa a Perico y a su red como si fueran oro puro.

Lo que vas hacer a partir de ahora es conocer mínimo cinco personas al día, contacta al taxista, al profesor, a personas que conozcas en el club social, asiste a seminarios, toma cursos, asiste a eventos, ve a lugares donde haya muchas personas y siempre interésate en ellos, saca contactos, toma sus números

telefónicos, su pasatiempo, su cumpleaños.

"Olvídate de todas las razones por las cuales no deberías hacerlo, ya que son malditas excusas y piensa en las razones por lo cual deberías hacerlo, se llama éxito, libertad y prosperidad."

Te recomiendo que, aparte de tener tu agenda virtual que está usando la mayoría, tengas una agenda en físico, siempre revísala, dale de una o dos horas diarias a tu agenda y busca la manera de tener una excusa o cualquier pretexto para mantener contacto con las personas.

Para desarrollar una agenda millonaria lo primero que tienes que hacer es escribir una lista de trescientos contactos, allí incluye a clientes, familiares, amigos, amigos de tus amigos, no descartes a nadie; que uno de ellos no te compre no quiere decir que su red de contacto no te compre; te doy un ejemplo: conocí a Perico, Él no consume los productos y servicios que nosotros brindamos, no es para Él; entonces, no iba a perder los contactos de

Perico, así que le llame y le pedí referidos que estén interesados en lo que vendo, una vez que me dio los referidos le dije que por favor les llamara y que les cuente sobre mi producto, y que yo los llamaría al siguiente día, a lo que el accedió.

"Ten en cuenta que el 35 % de las personas te va a ser indiferente, el otro 35 % se va a molestar y se va incomodar y finalmente, el otro 30 % si se interesará en tu producto, idea o servicio."

Muchos vendedores se quejan de que no tienen a quien llamar porque no saben prospectar, prospectar es interesarte en los demás, la base del éxito en las ventas está en la prospección.

Un vendedor promedio sólo alcanzará su transformación en un vendedor millonario cuando logre manejar esta habilidad, para esto lo primero que debes hacer es renunciar a toda forma de timidez.

Para llegar a ser un vendedor millonario debes estar dispuesto a dar pasos atrevidos en el proceso

de venta y aprender a identificar clientes potenciales, el propósito de prospectar consiste básicamente en ir anotando o agregar nombres de personas y todos los datos que sean posible sobre esa persona a tu cuaderno o agenda; después simplemente comienzas a contactarlos y a relacionarte permanentemente con ellos.

"EL ÉXITO SOLO LLEGA PARA TODOS **AQUELLOS VENDEDORES QUE ESTÁN OCUPADOS BUSCÁNDOLO"**

Si ya tienes un cliente trabájalo, pídele referidos, un testimonio, que te recomiende, recuerda que un referido equivale a 15 llamadas en frío, a veces estamos buscando contactos en frío cuando ya tienes personas que te conocen; trabaja tu agenda millonaria, llama a todos tus amigos, retoma contacto con ellos, llama a tus clientes pregúntales cómo les va y luego pide referidos, testimonio, que

te contacte con personas que estén interesadas en tu producto, servicio o propuesta.

Si al día contactas a cinco personas, y cada una tiene una red de 500 personas, ¡increíble!, no vas a tener tiempo para llamar a todos y nunca más vas a decir que no hay contactos. Ahora el internet y la tecnología nos permite prospectar de diversas maneras, pero sin embargo hay algo que nunca debes dejar de hacer: contactar personas, conocer personas, nada reemplaza una llamada o una visita personal, la tecnología es un medio para ayudarte después de tener una llamada telefónica o de tener una cita.

"Con la información que irás extrayendo de este libro, aprenderás a hacerlo de manera magistral"

Tienes que dejar de suponer y debes comenzar a preguntar, una de las causas por la que muchos vendedores pierden contactos y ventas es porque suponen y no preguntan, no digas: "¡ay! él no conoce", "¡ay! él no tiene amigos", ¡no!, no descartes a nadie.

A tu negocio, a tu vida, a tu bolsillo, no le falta dinero, lo que le falta es conocer personas, porque las personas a las que conoces tienen el dinero que quieres y que necesitas.

Mientras más personas conozcas, más probabilidades de vender tendrás, más ventas es más dinero y más dinero es mayor libertad. Sin ventas no hay paraíso.

El vendedor promedio tiene una agenda mediocre, mientras que el vendedor millonario construye una agenda millonaria, su agenda bien nutrida es la base de su poder, luego la evalúa y extrae de ella aquellos nombres que representen la mejor oportunidad, analiza sus datos, evalúa el entorno, fechas de toda índole, revisa tanto sus hábitos como sus comportamientos, pero no es un acumulador de datos aficionado, sino los revisa para ejecutar acciones que le permitan consolidar sus metas.

El error más grande que comete la mayoría de vendedores es que no se atreve a pedir referidos

y no lo hace simplemente porque no ha sido capaz de desarrollar esta habilidad; en cambio, el vendedor millonario jamás descarta a nadie. El arte de prospectar es el paso de mayor jerarquía para postular tus ofertas irresistibles, sin este paso jamás podrás llevar tu propuesta a nadie.

❶

PROBLEMA

- 1 PASO:
  PREPÁRATE Y DESARROLLA
  UNA MENTALIDAD DE RIQUEZA

- 2 PASO:
  PROSPECTAR



3

LLAMA LA ATENCIÓN

"Si no llamas la atención,
no existes para el mercado"
Yudis Lonzoy

Nada pasará si no llamas la atención, uno de los errores comunes de muchos vendedores es que no llaman la atención, mantienen un perfil bajo. Tú puedes tener la mejor idea, el mejor producto, la mejor propuesta, el mejor servicio, pero si nadie lo sabe simplemente no te compran; el dinero está donde está la atención, tienes que llamar la atención. Sí o Sí llama la atención.

El vendedor millonario solo tiene cinco segundos para llamar la atención del prospecto, esos cinco segundos tienen que ser estratégicos, tu mirada, postura, sonrisa y tus primeras palabras

determinarán si te escucha o no.

Formas de llamar la atención

Esta es la típica forma en que un vendedor promedio realiza una llamada:

- Perico: Hola ¿con el Sr. Yudis?

- Yudis: Sí, ¿con quién tengo el gusto?

- Perico: Bueno, con el señor Perico.

- Yudis: Dígame Sr. Perico.

- Perico: Lo estaba llamando porque quería ofrecerle unos productos.

- Yudis: Disculpe Sr. Perico en estos momentos estoy ocupado, otro día me llama, gracias.

Cuando un vendedor inexperto llama por teléfono, al no tener la tonalidad correcta, la velocidad correcta, la estrategia correcta, ¿qué pasa?, simplemente la gente le cuelga, le pasea y seguro Tú

lo has hecho con muchos vendedores; para que no te pase ello tienes que tener en cuenta que para llamar la atención en una llamada telefónica es muy importante utilizar un grupo selecto de palabras, la tonalidad y la velocidad correcta; si escuchas la misma canción te aburres de tanto repetirla; si alguien te escucha con el mismo tono de voz también se aburre, cuando llamas a las personas toma en cuenta que puede estar haciendo algo importante, puede estar en su trabajo, en el baño, en una reunión o en un momento íntimo; prácticamente tu llamada es inoportuna, entonces tienes que captar la atención de tu cliente y hacer que ese cliente valore tu propuesta, tu producto y sobre todo que valore tu llamada.

Para que no te pase lo del ejemplo anterior vamos a corregir esa llamada y realizar una llamada poderosa:

Primero la tonalidad, utiliza la técnica de la *"N"*, sube el tono de voz y luego bájalo, guarda silencio y haz una pausa, aunque no lo creas el guardar silencio es altamente persuasivo ya que genera que

el cerebro quiera captar más, al cerebro le encanta los diferentes niveles de tonalidad, el silencio, los matices, la alta velocidad, la variedad; entonces lo que tienes que hacer al momento de llamar es jugar con diferentes tonalidades.

Veamos un ejemplo, en esta oportunidad llamaré yo:

- Yudis: Sr. Perico, muy buenas tardes, le saluda Yudis Lonzoy, ¿Cómo está? (dejo una pausa para que conteste).

- Perico: Hola! Yudis, muy bien. Yudis disculpa, en estos momentos estoy muy ocupado, ¿me puedes llamar otro día?

- Yudis: Sr. Perico yo sé que usted es una persona muy ocupada y que valora mucho su tiempo igual que yo el mío, solo le pido que me dé un minuto, y si usted considera que después de ese tiempo mi llamada no le aportó ningún un valor, por favor ¡cuélgueme! (guardo silencio para escuchar la respuesta)

- Perico: No te preocupes Yudis, cuéntame.

Aunque no lo creas este tipo de llamadas es altamente persuasivo, es difícil que alguien te cuelgue, a nadie le gusta ser descortés, y esa estrategia la utilizamos mucho en los negocios que lideramos, es una estrategia que nos permite minimizar el número de llamadas que te dicen "llámame más tarde", "otro día", "estoy ocupado", etc. Respuestas que le genera demasiado estrés a muchos vendedores, entonces a la próxima que llames haz lo mismo.

- Yudis: Sr. Perico una consulta, ¿cómo le va en su negocio?

- Perico: Ahí… Yudis bien.

- Yudis: y ¿cómo le va en las ventas?

- Perico: Más o menos.

- Yudis: Excelente, Sr. Perico, una consulta, del uno al diez, sabiendo que diez es muy importante y uno no muy importante, ¿Qué tan importante es

para usted aumentar las ventas de su empresa?

- Perico: Bueno, claro que es un diez.

- Yudis: Muy bien, justo tengo una estrategia de ventas que me gustaría revelarle, para que usted pueda duplicar sus resultados y generar más ventas, que finalmente es lo que está buscando, ¿cierto?

- Perico: sí

- Yudis: las cosas importantes no se pueden hablar por teléfono, ¿me permite usted una cita? Quizás hoy en la tarde o mañana en la mañana, que se le hace más fácil para usted.

Lo que hago es generar opciónes, se llama ilusión doble alternativa, le doy opciones, le ofresco dos alternativas, le digo “hoy en la tarde, mañana en la mañana”, lo que estoy haciendo es vender de manera sutil.

- Perico: Bueno Yudis mañana en la mañana.

- Yudis: Perfecto, ocho o diez de la mañana.

- Perico: A las diez.

- Yudis: ¿Paso a su oficina o voy a su domicilio

- Perico: En mi oficina.

- Yudis: Sr. Perico, lo voy agendar, mañana nos encontramos, que tenga usted un buen día, gracias por su tiempo.

¡Listo!, saqué una cita, llamé su atención, lo que hice fue enfocarme en el cliente y fui rápido. Tienes que entender que el mundo está dividido en los rápidos y lentos, los que venden rápido y los que venden lento, los que aprenden rápido y en los que aprenden lento.

Los que aprenden rápido se quedan con la torta, los que aprenden lento con las sobras, ¿Dónde quieres ubicarte? ***¿Quieres ser un vendedor que vende, vende y vende o quieres ser un vendedor que se queda con las sobras? Tú eliges.***

Otra manera de llamar la atención por teléfono es dando un halago o elogio, a las personas les encantan los elogios, toda persona busca sentirse aceptada, importante y reconocida, toda persona anhela el placer y reconocimiento.

Cuando llamas al cliente por teléfono y le dices: "¡que hermoso es poder escuchar su voz!", "¡felicitaciones sr. Perico! me enteré que subieron sus ventas en su organización", "Sr. Perico lo felicito me acabo de enterar que su hijo ingresó a la universidad", darles un elogio, darles un reconocimiento, felicitarlos por algo, es una manera altamente persuasiva de llamar la atención, hay muchas maneras de hacerlo, tienes que ser muy creativo. Acabamos de mencionar algunas maneras básicas de hacerlo y claro que hay otras como dar un regalo y vamos aplicarlo, en éste caso vamos a imaginar que el Sr. Perico se dedica a las redes de mercadeo:

- Yudis: Sr. Perico ¿qué tal? ¿cómo está?

- Perico: ¡Muy bien!

- Yudis: Sr. Perico yo sé que usted está en el negocio multinivel y tengo una información que considero que le debe importar mucho.

- Perico: ¡Claro que sí, cuéntame!

- Yudis: Me permite por favor su correo para poder enviarle un video o dígame si se lo puedo enviar por Whatsaap, es un video de un líder exitoso en el rubro de redes de mercadeo.

- Perico: ¡Claro que sí!

¡Llame su atención!, encontré un video que le interesó, eso se llama reciprocidad, ¿qué es la ley de la reciprocidad?, esa ley dice que si le regalas a una persona algo, le haces un favor o le das una información que le aporte valor, esta persona se va a sentir comprometida contigo, ya que le estás dando algo y va a sentir una deuda emocional y aumenta la probabilidad que desee colaborar contigo, sentirá que te debe un favor y cuando te diga: "mándamelo por Whatsaap" y te agradezca, Tú le dirás: "no se

preocupe, yo sé que usted haría lo mismo por mí", y en automático aumentará su interés por querer comprarte algo o querer devolverte el favor, tienes que ser hábil y estratégico, aquí estamos aplicando: "llamando la atención".

Todavía no estamos vendiendo, solo estamos llamando la atención, pero lo que si estamos haciendo, en todo momento, es prospectar.

Recuerda que si quieres ser rico, tienes que ser rápido y nunca darte por vencido.

Si por "x" motivos a una persona no le interesa mi propuesta, producto o servicio, tengo que tomar en cuenta, como lo mencioné en el arte de prospectar, que cada persona tiene una red de 500 contactos, entonces no descarto a nadie, cada persona es oro.

Al momento de llamar la atención uno a uno debes observar a los ojos, es muy importante, la mirada debe ser de tres a cinco segundos, si la miras por más de cinco segundos ¿sabes lo qué va

a pasar?, la vas a incomodar, parecerá un desafío o la intimidarás, entonces no mires más de cinco segundos fijos, eso no quiere decir que cada cinco segundos vas a estar moviendo la cabeza como "loco", una vez que pasan los cinco segundos de una manera sutil gira la cabeza a la izquierda o derecha y luego regresas o puede ser para arriba o abajo, cómo te sientas cómodo.

Ahora, si miras a los labios a una persona es coqueteo, ten cuidado, pero si miras a los ojos le estás diciendo que te interesa tener un contacto de relación profesional, un contacto de ganar y ganar.

Al momento de llamar la atención también es muy importante el saludo, ¡error!, el mito social "salúdalo con un contundente apretón de manos", ¡no!, muchos hombres dan un fuerte apretón de manos; otros estrechan la mano de manera muy débil; cuando saludes término medio, ni fuerte, ni débil.

Cuando saludas con un fuerte apretón de manos le estás diciendo que tú mandas, y eso a nadie le gusta; cuando saludas con un suave y delicado "apretón" de manos estás transmitiendo que eres una persona insegura, dudosa y a nadie le gusta hacer negocios o trabajar con gente así y cuando saludas en un término medio le estás diciendo que ambos mandan, que ambos pueden negociar, ganar y ganar.

Toma en cuenta que llamar la atención es base, si no contactas ni llamas la atención no va a pasar nada; cuando estás uno a uno también observa tu cuerpo, en un proceso de persuasión el 55 por ciento es el lenguaje corporal, el 38 por ciento la tonalidad de la voz y el siete por ciento son las palabras.

Es muy importante tu cuerpo y cómo lo manejas. No estés con manos cerradas, las manos cerradas no son atractivas; los brazos cruzados no son muy atractivos para la mente; debes de tener tus dedos abiertos, tus brazos separados, rígido, firme, la mirada, la sonrisa; lo que embellece el rostro de una mujer no es el maquillaje, es la sonrisa y lo que

embellece a un varón no es la billetera, es la sonrisa; sonreír es muy importante, la sonrisa alegra el alma, obsérvate al espejo y sonríe, trata de estar en un estado emocional óptimo, recuerda que en el paso número uno ***"prepárate"*** hablamos que los buenos vendedores son inductores de estados emocionales, que si estas en alta energía convences, persuades y llamas la atención, también ten en cuenta que para vencer a la pobreza hay que tener una mentalidad de riqueza.

¿Cómo llamar la atención en público?, El 85 por ciento del éxito de un vendedor se basa en su habilidad de saber hablar y persuadir en público, si vas a una empresa y vas hablarle a los socios, a los inversionistas, a la gerencia, a un grupo de profesionales, a amigos o a tu equipo tienes que saber comunicar, tienes que saber llamar la atención; la gente ni bien te ve se forma una idea, en los primeros cinco segundos la gente ya tiene una percepción de ti, en los 55 segundos restantes valida la percepción que ha tenido; así que es muy importante la manera

como te vistes, no necesariamente con el terno, pero siempre que te vistas adecúate a la ocasión, adecúate con los colores, siempre pulcro, siempre limpio, los zapatos bien lustrados, bien peinado, bien afeitado, bien aseado; una buena sonrisa, una buena actitud.

Para llamar la atención del público tomando en cuenta que muchos de ellos paran con el celular, con problemas y están con muchas cosas en su ***"cabeza"***, una de las maneras prácticas de llamar su atención es empezar con una historia, al público les encanta las historias, cuenta una historia pero no cualquier historia, la historia tiene que tener relación con el tema que vas a hablar, si el tema es un producto, un servicio o una idea, que la historia tenga relación con lo que ofreces, por ejemplo: si voy a hablar de la importancia de entrenarse, la importancia de educarse, podría empezar con esta historia:

"Recuerdo que había un hombre muy emocionado, llegó a su primer día de trabajo, su actividad era cortar 30 árboles al día, treinta árboles de navidad y su herramienta era un hacha, el primer

día hizo 35, ¡fue increíble! con alta energía, el segundo no llegó a los 30, al tercer día llegó a los 20, al cuarto día llegó más temprano salió más tarde, su hora de refrigerio la redujo a la mitad, su desayuno también pero no llegaba a su cuota.

Pasaron varios días y no llegaba a su cuota a pesar que trabajaba más, en un momento llegó su jefe y le pregunta: "¿qué tal? ¿cómo vas?". El hombre le dice: "por más esfuerzo que hago no llego a la cuota, no sé qué me está pasando". El jefe le preguntó: "¿en todos estos días te has tomado algún tiempo para afilar el hacha?". El hombre dijo: "no".

Al día siguiente llegó temprano, diez minutos antes afiló el hacha y cada 40 minutos afilaba el hacha; ¡increíble!, terminó dos horas antes y llegó a su cuota, hizo menos esfuerzo y obtuvo máximo beneficio.

¿Qué significa afilar el hacha para nosotros? ¿te estás capacitando? ¿estás aprendiendo? Afilar el hacha significa estar mejorando día a día, estar con

audios, estar con libros, estar con entrenamientos, y te felicito porque Tú ya estás afilando el hacha y justamente hoy quiero hablar del tema el poder del aprendizaje".

¡Increíble!, empecé con una historia y la asocié con el tema que quería hablar, las historias no se hacen por cuestiones estéticas o porque suenan bonito, las historias se hacen por temas estratégicos.

Otra forma de llamar la atención en público es con una frase o una cita, tu presentación se hace más elegante, por ejemplo inicia de esta manera:

"El gran Sócrates mencionó lo siguiente: "solo existe un bien que es el conocimiento y un mal que es la ignorancia y la ignorancia es la culpable de la pobreza, la ignorancia es la culpable de la mediocridad, la ignorancia es la culpable de que mucha gente no desarrolle el máximo potencial, pero también tenemos un gran bien que es el conocimiento, el aprender, el mejorar el saber, y justamente en esta tarde quiero hablar con todos

ustedes sobre el poder del conocimiento”

Empecé con una frase que asocié al tema que quería hablar. La gente no te escuchará si no llamas su atención.

En conclusión, contactar y llamar la atención tiene básicamente una estructura lógica que no puedes saltarte, ni mucho menos olvidar. Invertir esta estructura podría hacerte perder grandes oportunidades de cierre y difícilmente, una vez que nuestros prospectos han perdido el interés, será casi imposible cerrar la presentación con resultados positivos.

“SI TÚ NO LLAMAS
LA ATENCIÓN,
**NO EXISTES PARA
EL MERCADO Y PUNTO”.**



PROBLEMA

- 1 PASO:
  PREPÁRATE Y DESARROLLA
  UNA MENTALIDAD DE RIQUEZA
- 2 PASO:
  PROSPECTAR
- 3 PASO:
  LLAMAR LA ATENCIÓN



4

ENCUENTRA UN PROBLEMA O DESEO

"Si eres capaz de identificar cuáles son los problemas o deseos de tus clientes, literalmente estás preparado para triunfar en el mundo de las ventas"
Yudis Lonzoy

El error más grande en el mundo de las ventas es que los vendedores inexpertos que no dominan esta información, realizan una presentación sin encontrar un problema, un deseo, una necesidad o un vacío en las personas, hay vendedores que saben más de productos que del comportamiento de las personas, y como buen vendedor yo no dudo que conozcas tus productos, claro que es clave, pero es determinante el conocer sobre las personas.

56

Las herramientas más poderosas que tenemos en el mundo de las ventas son las preguntas, los buenos vendedores preguntan, los malos vendedores suponen, es muy importante que tomes en cuenta que la gente no te va a escuchar, no te va a comprar si no encuentras un problema, un deseo, una necesidad o un vacío en ellas.

El error que cometen los vendedores inexpertos es hacer una presentación sin saber si la persona desea o necesita de su producto, no pretendas vender a todos, porque si Tú pretendes vender a todos, no vendes a nadie, recuerda que el 35 por ciento te va a ser indiferente, el 35 por ciento se va a molestar por lo que haces y un 30 por ciento se va a interesar por lo que Tú haces.

Enfócate en tu 30 por ciento, sin embargo, si te toca un cliente del 35 por ciento que te es indiferente, que te dice que no o del otro 35 por ciento que se molesta, escúchalos, sonríeles y si se te presenta la oportunidad de prospectar y pedir referidos hazlo, no lo dudes; pero ten en cuenta que no todo el

mundo va a comprar tu producto, ten claro cuál es tu público objetivo, si tú pretendes vender a todos, no le vendes a nadie, enfócate en el público que desea, anhela y que realmente quiere tu producto, en aquellas personas que tengan la necesidad o el deseo por tu propuesta.

"Las fuerzas gemelas de la motivación, dolor y placer, el comportamiento humano se rige bajo dos esquemas, el deseo de evadir el dolor y el deseo de obtener placer, toda persona evade el dolor y busca el placer"

El placer es obtener lo que quieres, es tener reconocimiento, es sentirse aceptado e importante, el placer es solucionar tus problemas, el placer es estar en alegría, en alta energía, todo sentimiento y acción positiva es placer.

El dolor está representado por las emociones negativas, cosas que molestan, cosas que perturban y que generan incomodidad total.

La gente evade el dolor y busca el placer, y vender es asociar placer a comprar tu producto y dolor a no comprarlo; Tú como un vendedor estratégico, como un vendedor con mentalidad millonaria, como un vendedor que está dispuesto a comerse el mundo, tienes que hacer una presentación tan poderosa y que genere tanto valor que la gente diga ¡wow, yo lo quiero comprar! Recuerda algo, vender es dar valor, vender es aportar, vender es embellecer el mundo.

¿Cuál es el secreto para hacer una presentación irresistible?, sea por teléfono, uno a uno, video llamada o en público; el secreto es que encuentres un problema, un deseo, una necesidad y asocies como este problema está afectando a tu cliente, a tus invitados. Una vez que lo encuentres, tienes que explicarle como le está afectando en las diferentes áreas de su vida, financieramente, en su salud, en sus relaciones, en términos profesionales y espirituales, cuando encuentras el problema y asocias cómo éste le está afectando, ya tiene ese cliente una "herida", la gente no compra si no es perturbada, pertúrbalos .

Cuando digo perturbarlos no es joderlos, cuando digo perturbarlos es generar el contexto para que esta persona descubra cuál es su herida, su vacío, su necesidad, su deseo insatisfecho, y de manera sutil, vas demostrando cómo el no solucionar ese vacío le va seguir afectando; por lo tanto, la persona va a tener el deseo de querer comprar tu producto, tu propuesta y tu servicio, relacionará placer al comprarlo y dolor al no comprarlo, por ejemplo hago una llamada por teléfono:

- Yudis: Hola Perico ¿qué tal?, ¿cómo estas?, te saluda Yudis.

- Perico: Hola Yudis, muy bien.

- Yudis: Excelente Perico es un gusto saberlo, Perico ¿me permites un minuto?

- Perico: Claro Yudis dime.

- Yudis: ¿cómo te está yendo en tu negocio?, hace un tiempo me comentaste que ibas a emprender un negocio de consultoría.

- Perico: La verdad me está yendo excelente.

Aunque casi siempre contestarán que les va excelente, típica máscara social que usan todos, pero no es así señores, siempre hay un problema, entonces acá le hago una pregunta estratégica que va a encontrar ese problema, ese deseo o ese vacío que tiene Perico.

- Yudis: Que hermoso saber que te va bien, una consulta si quisieras tener mejores resultados en tu negocio ¿qué crees que te hace falta para generar mejores resultados?

- Perico: Bueno Yudis como que no me está yendo muy bien en las ventas, yo creo que ahí podemos mejorar.

Pregunté y ya encontré un problema, ¡su problema es ventas!, los buenos vendedores preguntan, ahora debemos asociar ese problema a cómo le está afectando a él, a su familia, a su negocio y a todo lo que puedas. Encontré el problema, ahora

lo que tenemos que hacer es indicarle como este problema le está generando dolor e incomodidad en las diferentes áreas, luego le doy la solución.

- Yudis: Las ventas no van bien y ¿cómo eso está afectando al negocio?

- Perico: La verdad es que estamos a las justas con las cuentas, estamos fallando en el pago al personal.

- Yudis: Perico una consulta, del uno al diez donde diez es muy urgente y uno no tan urgente, ¿qué tan urgente es para ti solucionar ese problema?

- Perico: La verdad diez, quiero solucionarlo.

Ya quiere, ya lo desea, lo necesita y allí es donde salto hacer mi presentación.

Las preguntas son las herramientas más poderosas que utiliza el vendedor millonario; antes de hablar, antes de presentar, debes preguntar.

"Si tú descubres cuáles son los deseos y necesidades de las personas y le propones la solución, literalmente estás preparado para triunfar en el mundo de las ventas."

❷

DOLOR

- 1 PASO:
  EXPLÍCALE EL CÓMO NO RESOLVER
  ESE PROBLEMA O DESEO INSATISFECHO
  LE ESTA AFECTANDO EN LAS DIFERENTES
  ÁREAS DE SU VIDA



❶

PROBLEMA

- 1 PASO:
  PREPÁRATE Y DESARROLLA
  UNA MENTALIDAD DE RIQUEZA

- 2 PASO:
  PROSPECTAR

- 3 PASO:
  LLAMAR LA ATENCIÓN

- 4 PASO:
  ENCUENTRA UN
  PROBLEMA O DESEO

5

MUESTRA EVIDENCIA

"La evidencia mata la desconfianza"
Yudis Lonzoy

Una de las razones por las cuales muchas personas no te compran es porque no confían en ti, tú puedes ser muy bueno, puedes ser un capo, una persona alegre muy optimista y muy carismático, pero simplemente si la gente no confía en ti, no te compra, así tengas la última Coca Cola del desierto. Si las personas no confían en ti, no te compran y punto.

La evidencia es la manifestación de aquello que luce indiscutible, y que es ante todo visible, y el cliente potencial debe percibirlo como algo tangible.

66

Este paso es altamente estratégico, mostrar evidencia mata la desconfianza, mata las objeciones.

¿Qué es una objeción? Es simplemente que no confían en ti. Matas una objeción mostrando una evidencia.

¿Qué es una evidencia? Es una prueba irrefutable de que lo que tú dices es cierto, es una verdad, es real. Por ejemplo: cuando hablamos de evidencia podríamos mostrar una foto, un video, un testimonio, una estadística, un audio, una carta, el físico de tu producto, tienes que buscar la manera más creativa de mostrar tu evidencia.

Desahuevina Nº 1

Seguro estás pensando "¡Ay Yudis! pero yo no soy creativo para mostrar evidencia."

Yo te respondo: "Si estuviera a tu lado, te miraría a los ojos fijamente y te diría: conviértete en una

persona creativa mostrando evidencia y vuelvéte rico."

Los vendedores millonarios se sienten orgullosos de lo que son y son maestros mostrando evidencia, si hay un responsable de que existan vendedores que vendan miles y millones de dólares es la evidencia, si hay un responsable que haga que los negocios se disparen a talla internacional es la evidencia, si hay un responsable que haga despegar tus ventas y tengas mayor éxito es la evidencia.

La evidencia es un disparador de compras poderoso, cuando muestras evidencia aumentas las probabilidades de que te compren, te recomienden y que tengan el deseo ardiente de querer trabajar contigo.

Si tú has asistido a uno de mis seminarios te habrás dado cuenta que cuando hablo de un tema para que sea altamente persuasivo y penetre en la mente de las personas busco que todo lo que digo esté avalado por evidencias, una evidencia que

siempre pongo en mis diapositivas son fotos, por ejemplo empiezo así:

"Seguro que te preguntarás quién es Yudis Lonzoy y porque deberías escucharme, bueno, durante los últimos años tengo la oportunidad de estar viajando por diferentes países del mundo entrenándome con las personas más exitosas".

Mientras hablo, en mis diapositivas aparecen fotos donde estoy en diversos países con personas referentes, con autoridades mundiales en temas de negocios, entonces las personas comentan y reconocen lo que digo, de manera sutil estoy persuadiendo, generando alta credibilidad y alta confianza solo por añadir fotos a mi presentación, no es que las fotos sean por cuestiones estéticas, son por cuestiones estratégicas esas fotos avalan lo que digo y acompañan mi discurso. ¿Qué es la desconfianza?, ausencia de evidencia.

Si en tus presentaciones utilizas diapositivas, muestras fotos, videos de testimonios de personas

hablando del uso de tu producto, no es lo mismo que Tú digas que tu producto es la "octava maravilla del mundo" a que lo digan tus propios clientes, por eso pide a tus clientes testimonios, ya que son evidencia poderosa para vender más, más y más…

Yo recuerdo que una empresa muy importante a nivel internacional con miles de trabajadores se comunicó con nosotros, solicitando una propuesta anual de capacitación, era un contrato jugoso, estaba en juego mucho dinero, el día en que tenía que presentar el proyecto de capacitación me sorprendí al que no era la única persona que haría una exposición de un plan de capacitación, éramos diez.

Mientras esperaba mi turno se podía escuchar un poco de lo que exponían los que iban ingresando, todos muy preparados y dando una imagen profesional, hasta con asistentes, yo fui acompañado de un señor de 55 años.

Llegó mi turno, el saludo, las diapositivas, pero pasó algo en particular, a diferencia de muchos

presentadores que hablaban muy bien, que tenían muy buena oratoria y una correcta manera de expresar, yo fui más allá, fui estratégico, porque lo que hice no fue sólo dar una buena presentación, les enseñe de que yo soy un vendedor, demostré que soy un señor en las ventas, un vendedor millonario.

El señor que me acompañaba era el director regional de una empresa muy importante y a la vez es uno de mis mejores clientes, al que le facilitamos capacitaciones y asesorías en el tema de ventas, y lo que hice fue presentarlo y pedirle que cuente su experiencia de un año trabajando con Yudis Lonzoy, el sacó sus diapositivas, presentó unas estadísticas antes de y después de Yudis, eso fue poderoso, allí se evidenció un incremento del 60 por ciento de sus ventas después de iniciar los trabajos con Yudis Lonzoy, finalmente la transnacional firmó el contrato jugoso con nosotros.

Cuando eres un maestro en la evidencia, cuando eres creativo puedes persuadir, convencer e influenciar a cualquier persona.

Es muy importante que pongas evidencias en una presentación, ya sea en público, uno a uno o por teléfono, cuando hagas una presentación uno a uno para matar las objeciones y generar confianza lleva en tu celular, tablet o depende la tecnología que uses, un video donde personas, clientes que hayan usado tu producto den fe y recomendación de ellos, eso es poderoso y te hace un vendedor altamente persuasivo.

Por teléfono también puedes presentar evidencia, si estás llamando a un cliente y sientes que está un poco dudoso o vas hacer una presentación más poderosa, ponle un audio de testimonio de uno de tus clientes y reproduces el testimonio por teléfono, eso es poderoso, también puedes hacer que uno de tus clientes llame a tu prospecto y le cuente su experiencia de trabajar con tu producto, servicio o propuesta, seguro dirás:

Desahuevina N°2

Seguro estás pensando: “Yudis ¿Cómo voy hacer eso?, es ridículo e incómodo.”

Yo te respondo: Si estuviera a tu lado te miraría a los ojos fijamente y te diría: si tú haces lo que todo el mundo hace tendrás los resultados que todo el mundo tiene, pero si tú haces lo incómodo, lo diferente, lo que casi nadie hace, tendrás resultados diferentes y extraordinarios, ten las agallas y vuélvete rico”.

Es increíble el poder de la evidencia y para eso hay que ser creativo, se me acerca una persona y me dice:

“Yo recién estoy empezando, soy nuevo y cómo hago para mostrar evidencia”, entonces le dije: “busca tres personas y dale prueba gratis de tu producto, luego le pides que por favor que se tome un “selfi” contigo y postee en sus redes sociales su experiencia

con tu producto, y ya tienes un testimonio"; también le puedes grabar un video donde diga cómo le va con tu producto.

En conclusión: "si deseas disparar tus ventas, muestra evidencia".

MUESTRA EVIDENCIA



DOLOR

- 1 PASO:
  EXPLÍCALE EL CÓMO NO RESOLVER
  ESE PROBLEMA O DESEO INSATISFECHO
  LE ESTA AFECTANDO EN LAS DIFERENTES
  ÁREAS DE SU VIDA



❶

PROBLEMA

- 1 PASO:
  PREPÁRATE Y DESARROLLA
  UNA MENTALIDAD DE RIQUEZA
- 2 PASO:
  PROSPECTAR
- 3 PASO:
  LLAMAR LA ATENCIÓN
- 4 PASO:
  ENCUENTRA UN
  PROBLEMA O DESEO



SOLUCIÓN

- 1 PASO:
  MUESTRA EVIDENCIA DE QUE
  TÚ PUEDES RESOLVER ESE PROBLEMA.

  EJEMPLOS:
  TESTIMONIOS, VIDEOS, CARTAS, FOTOS,
  ESTADÍSTICAS DE CLIENTES HABLANDO
  DE LO MARAVILLOSO QUE ES TU PRODUCTO.

6

PRESENTA LA SOLUCIÓN

"Siempre ten presente que
vender es ayudar,
vender es dar,
vender es solucionar problemas"
Yudis Lonzoy

Ahora llegó el momento de presentar tu producto, de presentar tu propuesta, de presentar tu idea, de presentar aquello que va ayudar a solucionar el problema a ese cliente, recuerda que vender es dar, vender es solucionar, vender es aportar valor, vender es servir, es momento de que le ayudes; ya verificamos el problema, ya le mostraste que ese problema está afectando en un área de su vida, le mostraste evidencia de que puedes solucionarlo, es momento de mostrarle la solución, es momento que presentes tu propuesta de valor, es momento que ayudes a ese cliente.

Los vendedores millonarios son solucionadores de problemas.

En esta parte de libro vamos a dar la famosa solución y te voy a explicar cómo desarrollar una oferta irresistible sea por teléfono, uno a uno o en público, para que vendas, vendas y vendas.

En este momento quiero que te concentres en lo que vas a leer, no te distraigas y presta atención:

¿Cuál es la solución? La solución es tu propuesta, tu servicio, tu idea, antes de presentar la solución mira todos los pasos estratégicos que hemos desarrollado, sigue estas recomendaciones con ética, responsabilidad, siendo honorable y estratégico. Tú puedes comerte el mundo.

Cuando presentes tu propuesta, recuerda que la gente no compra características, la gente compra beneficios, la gente se pregunta: después de comprar tu producto ¿en quién me convierto?, el cliente compra el proceso de transformación, en qué se va

beneficiar Él si te compra tu producto o servicio. Por ejemplo: si te compra un auto, entrenamiento; cómo lo verán sus amigos, su familia, no le des muchas características, muchos detalles, dale los beneficios.

La venta es un proceso emocional, el 98 por ciento de las personas compra por emoción, por lo tanto dale argumentos sólidos pero emocionales, cuéntale los beneficios, en quién se va a convertir, ayúdale a tomar una buena decisión, guíale. El problema es que los vendedores inexpertos realizan sus presentaciones y dan características y toda una "diarrea" de palabras de manera irresponsable "bla… bla… y bla…" se sencillo, rápido, estratégico y creativo.

"Problema, dolor y solución", el triángulo de la persuasión más conocido como el ***(El Método Lonzoy®),*** ahora que le darás la solución, la presentarás de manera tan poderosa que sea irresistible y lo desee, que diga: "yo lo quiero".

Te voy a dar un secreto, para que cuando

presentes tu producto, servicio o propuesta y digas el precio, la persona diga: “wow que barato, me vas a dar todo eso por ese precio, lo compro”.

El ser humano evade el dolor y busca el placer, tu presentación debe generar placer, preséntale los beneficio, el proceso de transformación, háblale de cómo tu producto va ayudarle a solucionar ese problema, háblale de cómo tu producto va a curar esa “herida”, háblale cómo tu producto va a impactar de manera positiva en él , los detalles son algo mínimo, la gente compra el proceso de transformación, ahora para que tu propuesta sea más poderosa, más seductora y 100 por ciento irresistible dale un regalo o una sorpresa, lo que le gusta a la mente humana son las sorpresas algo que no se esperaba, dale un bono de regalo, eso es irresistible.

Por ejemplo: nosotros al momento de vender ofrecemos un entrenamiento avanzado de 20 horas intensivas en ventas y por ser parte de ese entrenamiento, adicional les regalamos tres audios de entrenamiento estratégico donde revelo los mejores

secretos para vender, persuadir e influenciar; pon atención, el bono de regalo es algo que complementa y enriquece al producto, es decir el bono de regalo debe ayudar al producto principal, si vendes un curso de ventas no le vas a regalar una zapatilla, no tiene nada que ver.

"En un proceso de venta ganan tres personas, gana el cliente, gana el vendedor y gana la empresa, si solo gana uno de ellos se jodieron los dos restantes, que te quede claro eso".

El precio que vas a cobrar tiene que cubrir todo esto, por eso enseño a la gente a vender a precios altos, bueno, bonito y carito, no a vender barato, yo no quiero que me compren porque soy el más barato, si me compran es porque soy el mejor y por eso cobro un precio que es correspondiente, porque si tú vendes a precios altos puedes mejorar tu local, puedes dar un servicio post venta, puedes darle bono de regalo, asistir más al cliente, pagar más a los miembros de tu equipo, entonces tu estrategia no debe ser vender barato, vende al precio correspondiente, eso es muy

importante.

Pero aparte del bono de regalo, le vas a dar algo al cliente que le genere más confianza, algo que haga decir al cliente "¡yo lo quiero!":

"Aparte de llevarte mi curso de 20 horas, el bono de tres audios te voy a regalar mi libro electrónico".

Toma en cuenta que estos bonos de regalo que doy me generan un costo de operación mínimo, porque los tres audios más el libro electrónico son material digital, donde les doy un link y ellos pueden descargarlo. Busca de manera creativa que bonos de regalos les puedes dar a tus clientes.

Aparte de darle el bono de regalo, para que el cliente quiera tu producto, haces lo siguiente:

"Después de llevarte mi entrenamiento de 20 horas, los tres audios y el libro, vamos hacer lo siguiente, si después de seguir el entrenamiento, escuchar los audios y leer el libro tú consideras que todo lo que te di no te aportó valor y no era

lo que esperabas, te doy mi garantía de hierro, te doy mi garantía de 100 por ciento satisfacción, te devolvemos el 100 por ciento de tu inversión".

El siguiente paso es poner una garantía de devolución, hay muchas empresas que son líderes en el mercado están otorgando garantía a sus productos, eso da mayor credibilidad, da mayor placer, da mayor confianza, es una evidencia poderosa que minimiza las objeciones.

Ponle garantía a tus productos, no tengas miedo, si tienes miedo es porque el producto que tienes es malo, si sabes que lo que estás dando es bueno, le genera valor, le soluciona su problema no tienes que dudar.

Desahuevina N° 3

Seguro estás pensando: "Yudis, pero me da miedo poner garantía.

Yo te respondo: si estuviera a tu lado te miraría a los ojos fijamente y te diría: "Si tú permites que

el miedo administre tu vida te mantendrás en la pobreza y mediocridad, ve a todo o nada, ahora o nunca".

Lo peor que puede pasar si le pones garantía a tu producto, es que venga un cliente mal intencionado, compre el producto, tome el servicio y después reclame, le devuelves su dinero, pero por uno te vinieron 100 y miles de ventas, son escasas las personas que hacen eso, pon una garantía, eso aumenta tu credibilidad, eso genera más deseo, eso mata la desconfianza y el cliente compra y compra.

Adecúa esta estrategia a tu producto, cada rubro es diferente, busca la estrategia más creativa donde no te afecte, la garantía de devolución es realmente poderosa.

Uno de los responsables de que la gente compra de manera rápida y en el momento, es la escasez, cuando a las personas las condicionas en el proceso de venta a través de escasez, haces que ellas tomen decisiones rápidas y no te dirán "déjame pensarlo",

"voy a consultarlo con mi abuelita" o "te paso la voz".

Escasez de tiempo y escasez de cantidad

Se ha probado técnicamente y científicamente que las personas toman respuestas automáticas cuando tienen escasez, por eso los famosos Black Friday o en español "viernes negro" en EEUU así como en otros países, donde por tiempo limitado ponen ofertas donde te llevas dos productos, o tres productos más otro producto por un 50 por ciento de descuento o al precio de uno, donde siempre gana la empresa, nunca regala su producto, y la gente va y compra de manera rápida y emocionada.

¿A qué me refiero con escasez de tiempo?:

"Mi entrenamiento de 20 horas, mis tres audios y mi libro y la garantía forman parte de una oferta que tiene una duración de 24 horas".

¿Qué estoy haciendo?, le estoy poniendo tiempo al beneficio que el cliente acaba de escuchar; ahora le pondré escasez de cantidad:

"Y solo para las primeras 15 personas, no te garantizo que mañana haya vacantes disponibles".

Cuando haces eso, la gente toma acción, compra y compra.

Cuando es la temporada de una fruta, esta cuesta barato; en tiempo de escasez su valor aumenta, cuando Tú pones un producto, un servicio, una propuesta en escasez de tiempo, en escasez de cantidad, aumenta su valor, aumenta la demanda, la gente dice "¡yo lo quiero!", "¡yo lo deseo!", se pelean por adquirirlo, aumenta el deseo de compra, ten en cuenta esto.

Ahora, que ofrecí mi curso de 20 horas, mis tres audios, mi libro, la garantía de hierro y le aplique escasez de tiempo y cantidad le lanzo una oferta:

"Todo lo que te ofrecí tiene un valor de "A" dólares, pero voy a dar un descuento del 30 por ciento, para las primeras 15 personas".

Primero debes ponerle un precio alto y luego le

das un precio oferta que será el precio real, donde tienen que ganar tú, la empresa y el cliente, si sólo gana el cliente te fregaste.

Recuerda algo, primero debes tener la mentalidad correcta, estar en un estado emocional óptimo, alta energía te vuelve más poderoso y persuasivo, tienes que prospectar, porque no hay éxito en los negocios sin prospección, tienes que buscar un problema una necesidad, un deseo, un vacío, luego muestra la evidencia, pruebas, testimonios de que tú puedes solucionar ello, luego dale la solución que es la compra de tu producto, servicio o propuesta y para que sea más irresistible ponle un regalo dale algo que le genere mayor valor, dale una garantía, genera escasez, dale una oferta, si haces todo esto, te garantizo que serás un vendedor millonario, exitoso. Todo o nada, ahora o nunca.

Toma acción. Recuerda que conocimiento adquirido y no puesto en práctica en 72 horas es conocimiento perdido, lo que estás aprendiendo ponlo en práctica, la práctica es la madre de la

habilidad, lo que Tú practicas en privado es tu recompensa en público. Nos vemos en la cima de los ganadores.



DOLOR

- 1 PASO:
  EXPLÍCALE EL CÓMO NO RESOLVER ESE PROBLEMA O DESEO INSATISFECHO LE ESTA AFECTANDO EN LAS DIFERENTES ÁREAS DE SU VIDA



❶

PROBLEMA

- 1 PASO:
  PREPÁRATE Y DESARROLLA UNA MENTALIDAD DE RIQUEZA
- 2 PASO:
  PROSPECTAR
- 3 PASO:
  LLAMAR LA ATENCIÓN
- 4 PASO:
  ENCUENTRA UN PROBLEMA O DESEO

❸

SOLUCIÓN

- 1 PASO:
  MUESTRA EVIDENCIA DE QUE TÚ PUEDES RESOLVER ESE PROBLEMA.

  EJEMPLOS:
  TESTIMONIOS, VIDEOS, CARTAS, FOTOS, ESTADÍSTICAS DE CLIENTES HABLANDO DE LO MARAVILLOSO QUE ES TU PRODUCTO.
- 2 PASO:
  PRESENTA LA SOLUCIÓN Y CÓMO TU PRODUCTO, PROPUESTA E IDEA LE VA AYUDAR A SOLUCIONAR ESE PROBLEMA O DESEO INSATISFECHO.

  "RECUEDA QUE LA GENTE NO COMPRA CARACTERÍSTICAS SINO BENEFICIOS".
- 3 PASO:
  DALE BONO DE REGALO

  OJO:
  "REGALOS QUE COMPLEMENTEN Y ENRIQUEZCAN EL PRODUCTO PRINCIPAL"
- 4 PASO:
  DALE UNA GARANTÍA DE DEVOLUCIÓN.
- 5 PASO:
  DALE UN PRECIO DE PROMOCIÓN
- 6 PASO:
  GENERA ESCASEZ DE TIEMPO Y CANTIDAD.



EL MAESTRO CERRADOR

"Tú no ganas dinero por presentar, Tú ganas dinero por cerrar"
Zaida Ayala

No hay éxito verdadero en las ventas sin compromiso, no hay cierres sin compromiso, tienes que aprender a comprometerte con acciones, a comprometerte con convicción, tres consejos básicos para poder generar mejores resultados, primero: ten claro que es lo que quieres; segundo: comprométete, y tercero: busca razones sólidas y poderosas para salir adelante a pesar de los momentos difíciles.

Cuatro herramientas fundamentales en la persuasión, el dominarlas te garantiza un cierre de

 90

ventas efectivo, el no dominarlas hará que tu trabajo sea más dificultoso y de menores resultados.

I) Rapport o confianza, si realmente quieres tener un impacto en tus clientes, quieres impactar en la calidad de vida de otras personas con tu producto, servicio o propuesta, busca tener relaciones de mediano y largo plazo; para lograr ese objetivo, el vendedor millonario genera confianza, no hay nada más poderoso que la confianza, la gente te compra porque confía en ti, debes de llegar a crear confianza de manera total, de esta manera podrás venderle a tu cliente varias veces e incluso sacar muchas recomendaciones.

Cinco maneras prácticas de generar confianza:

1. Crea un interés mutuo, si buscas actividades en común, metas en común y cosas en común, en automático generas confianza.

2. Cuenta una historia, no hay nada más seductor para la mente que una buena historia.

3. Da un regalo, cuando das un obsequio, activas una ley de la persuasión que se llama reciprocidad, donde el cliente se sentirá comprometido contigo.

4. Escucha, las personas matarían por ser escuchadas, muchas personas pagarían mucho dinero por ser aceptadas y reconocidas, al ser humano le encanta ser escuchado.

5. Muestra evidencia, no hay nada más poderoso para generar confianza y matar objeciones que la evidencia, además que te garantiza un cierre efectivo.

II) Las preguntas, cambian los estados emocionales, cambian el enfoque del cliente, hacen que tengas el control al momento de presentar y cerrar una venta.

El vendedor millonario pregunta, los principiantes en ventas suponen.

III) La congruencia. El vendedor que tiene la mayor convicción, mayor certeza y que realmente cree que lo que tiene es lo mejor, vende. En un

proceso de cierre de ventas no gana el que sabe más, gana el que tiene mayor certeza. Dominar este tercer punto de la persuasión te hará cerrar ventas de manera poderosa.

IV) El manejo de tu estado emocional, tienes que ponerte en un estado emocional de máximo rendimiento, recuerda que la gente asocia tu estado emocional con tu producto, servicio o propuesta.

Cuando estás en un estado emocional bajo te estás quitando tus mejores habilidades, tus mejores recursos, te estás autolimitando, los vendedores promedio no manejan sus estados emocionales, mientras que el vendedor millonario sí.

Tres maneras de cambiar tu estado emocional:

1. Cambia la manera en que estás usando tu cuerpo, salta, grita.

2. Hazte preguntas que te empoderen.

3. Desarrolla un ritual de palabras, preguntas,

saltos, frases, cantos o algo que te ponga en un estado emocional de máximo rendimiento.

Los maestros cerradores tenemos rituales, por ejemplo yo aplaudo fuerte durante un minuto diciendo "si, si, si" y elevo mi estado emocional a un nivel que vendo, vendo y vendo.

Aquí voy a revelar un sistema estratégico para cerrar ventas, un sistema táctico que te permitirá hacer presentaciones poderosas y que la gente realmente no se resistirá a comprar tu producto, deseará tener tu producto, deseará trabajar contigo, así que presta mucha atención.

Una objeción es una oportunidad para mejorar tu presentación, una objeción es una oportunidad para vender, vender y vender; lo primero que tienes que hacer es escuchar las objeciones, el saber escuchar es fundamental, muchas personas les encanta ser escuchados, muchas objeciones mueren solo cuando tú escuchas a un cliente.

Al momento en que el cliente presenta una objeción, lo que está diciendo es que la presentación que le has hecho le ha causado dolor y lo que tienes que hacer es generarle placer, solucionarle su problema, que tu producto solucione su deseo insatisfecho, que tu producto le ayude a ser una mejor persona.

Para generar placer debes apelar a que comprar tu producto es ganar, que el comprar tu producto le va a beneficiar, la gente no compra detalles, la gente compra beneficios. El vendedor millonario conocer más sobre la psicología de las personas, aparte de conocer sus productos, por eso puede vender, vender y cerrar.

En algunos casos los clientes parecen muy molestos. Yo recuerdo que una persona por teléfono me dijo: "Yudis, ¿por qué tendría que ir yo a tu seminario?"; en ese entonces tenía ganas de mandarlo a volar, sin embargo el manejar esta información me permitió controlar mi estado emocional y entender que quizá esa persona podía haber tenido un día difícil y le dije:

- Yudis: Cuénteme usted ¿por qué quisiera realmente asistir a un entrenamiento en ventas conmigo?

- Perico: Bueno Yudis, lo que pasa es que mi situación está un poco difícil, no me está yendo muy bien.

- Yudis: Excelente, esa es la razón por la que usted tendría que estar allí.

¡Compró mi seminario!, solo por escucharlo, sin la necesidad de recurrir a muchas técnicas le vendí.

Algunas objeciones y argumentos, de algunos clientes que parecen estar en pésimo estado emocional, pensamos que son mal intencionados, no es así, recuerda que el ser humano evade el dolor y busca el placer, y placer es que alguien te escuche, que alguien te entienda, placer es entrar en acuerdos con ellos.

Una llamada telefónica: Me llamas más tarde.

- Yudis: Buenos días sr. Perico, le saluda Yudis Lonzoy.

- Perico: Hola sr. Lonzoy, en estos momentos estoy ocupado, me llama más tarde.

Típico caso que les ocurre a muchos vendedores al momento de hacer una llamada, que es lo correcto aquí, decir lo siguiente:

- Yudis: Sr. Perico sé que usted es una persona muy ocupada y valora mucho su tiempo, así como yo el mío, sólo le solicito un minuto de su tiempo y si usted considera que después de ese minuto mi llamada no le aporta ni un valor, por favor cuélgueme.

Te aseguro que no te va a colgar; luego que haces, aplicas la técnica de la “repetición hipnótica”:

- Yudis: Señor Perico, si usted tuviera la oportunidad de mejorar sus resultados en su actual negocio ¿cuáles son esas tres cosas que cree que le hacen falta?

- Perico: Yudis lo que pasa es que..

1- mis ventas no están muy bien,

2- tengo problemas con el pago a mi personal por falta de liquidez,

3- y sobre todo esto está afectando a las finanzas de mi hogar.

Esas tres cosas que mencionó no son casualidades, son las tres razones por las cuales el compraría, son sus botones de compras y como buen vendedor le mencioné lo siguiente:

- Yudis: Justamente me encantaría ayudarle a mejorar sus ventas para que pueda tener mayor liquidez financiera y poder cumplir con el pago a su personal, y asimismo, poder mejorar las finanzas de su hogar ya que le recuerdo que al tener más ventas, tendrá más ingresos, ello le permitirá tener mayor paz y tranquilidad, a mí me encantaría ayudarle, ¿me lo permite?

- Perico: Si, pero la verdad Yudis, ahora no tengo dinero para invertir.

- Yudis: Señor Perico, no permita que una mínima inversión le impida solucionar estos problemas, cuando estos problemas son tan importantes, dígame usted del uno al diez, siendo diez muy importante y uno no muy importante ¿qué tan importante es para usted resolver esos tres puntos?

- Perico: La verdad Yudis es muy importante.

- Yudis: Si usted tuviera que financiar el pago ¿en cuántas cuotas quisiera ponerlo? ¿tres o en cuatro?

- Perico: Yudis ¿cuánto es el pago?

- Yudis: No se preocupe, es la mínima inversión (xxxxx dólares), lo que vamos hacer es ponerlo en cuatro cuotas para que usted tenga la facilidad de pago y pueda solucionar esos problemas, consulta ¿iniciamos el viernes o el sábado? ¿qué día es más

fácil para usted?

- Perico: El sábado.
- Yudis: ¿En la mañana o en la tarde?
- Perico: En la tarde.
- Yudis: ¿Cuatro o cinco?
- Perico: Cinco.
- Yudis: Excelente.
- Perico: Gracias.

¿Qué fue lo que hice?, simplemente asociar placer a mi producto, simplemente no creer que no tiene plata, que está muy caro, que no tiene tiempo, ¡no!; el 90 por ciento de las objeciones son automatismo, son estados emocionales que el cliente no controla, si te centras en solucionar problemas, si te centras en ayudar, si te centras en darle opciones, si te centras en darle placer, en preguntarle: ¿Cuáles son las tres razones por las que usted quisiera lograr

éste objetivo? ¿Cuáles son las tres cosas que le hace falta? ¿Dígame usted si tuviera la oportunidad de tener un nuevo distribuidor? ¿Cuáles son esas tres cosas que está buscando en su nuevo distribuidor? Si usted tuviera la oportunidad de ser dueño de un auto nuevo, ¿Cuáles son las tres cosas más importantes que está buscando?; y cuando el cliente responde, en automático sabes que es lo que necesita y de inmediato debes generarle placer, darle opciones, entrar en acuerdos con el cliente.

Utiliza las palabras mágicas:

"claro"

"comprendo"

"correcto"

"de acuerdo"

"excelente"

"permítame ayudarle"

"¿me permite hacerle algunas preguntas?"

"me encantaría ser su asesor, ¿me lo permite?"

Déjame pensarlo, te aviso, lo voy a consultar, típicas objeciones que son el terror de muchos vendedores inexpertos, para ti hoy va hacer una oportunidad para poder cerrar una venta.

Cuando te digan alguna de estas objeciones mira a los ojos al cliente y dile:

- Yudis: Usted quiere pensarlo porque usted quiere tomar una excelente decisión, ¿correcto?

- Perico: Si.

- Yudis: Excelente, permítame ayudarlo.

Sacas tu cuaderno, haces una raya al medio de la hoja y le dices lo siguiente:

- Yudis: Le explicaré tres razones por que sí y tres razones por que no debería usted comprar nuestro producto.

Lo miras a los ojos y empiezas a explicar los tres beneficios más fuertes de tu producto y luego mirándole de igual manera a los ojos le dices:

- Yudis: Ya le expliqué las tres razones por las que debería comprar nuestro producto, ahora usted ¿me podría decir tres razones por las que no compraría nuestro producto?, porque yo no encuentro ni una razón por la que no debería llevar nuestro excelente producto.

La mayoría de clientes te dirá:

- Perico: No, la verdad es que no tengo plata.

¡La verdadera objeción es que no tenía dinero!, al saber la verdadera objeción le dices:

- Yudis: Si resolvemos ese problema usted ¿verdaderamente quisiera trabajar con nosotros y llevarse nuestro producto?

- Perico: Si.

- Yudis: ¿Usted quisiera que se lo envíen a su casa o a su oficina?

- Perico: Bueno a mi oficina.

- Yudis: Usted desea financiarlo con tarjeta o efectivo.

- Perico: Con tarjeta.

- Yudis: ¿Visa y Master Card?

- Perico: Master Card.

- Yudis: ¿Se lo pongo en tres o cuatro cuotas?

¡Vendí!, quiero que observes que le doy soluciones, le doy opciones, que la mayoría de objeciones son simplemente que el cliente no tiene control en sus emociones y dice las cosas por decir, porque tiene miedos, dudas, inseguridades y para eso tú como vendedor millonario tienes que darle seguridad para venderle, porque vender es ayudar, porque vender es aportar valor a las personas.

Está muy caro, es una típica objeción que se da por teléfono o cuando estás atendiendo a un cliente, entonces cuando te digan "está muy caro", lo primero que quiero que tomes en cuenta es que lo que te está diciendo el cliente, de manera inconsciente, es que el precio que estás pidiendo no se justifica; lo que estás exigiendo que el pague para el no vale la pena, que el precio le genera dolor, y lo que tienes que hacer en ese momento es embellecer tu presentación para generarle placer, hacer una presentación más poderosa, más irresistible.

Míralo a los ojos y dile:

- Yudis: Claro, comprendo, quizás afuera hay productos similares a un precio menor, sin embargo de manera personal, ¿me permite que le hable en confianza?

- Perico: Claro.

- Yudis: A mí me gustaría ser su asesor para poder darle un producto que realmente usted se

merece, que es de calidad y que con una mínima inversión usted no se pierda esta gran oportunidad, ¿me lo permite?

- Perico: Si.

- Yudis: ¿Lo quiere pagar en efectivo o tarjeta?

Lo que hice fue entrar en acuerdos con el cliente, cuando dije "claro", "comprendo", acepté lo que él dice, no le dije que soy caro ni barato, y simplemente al entrar a un acuerdo, al generar esa empatía, al generar ese rapport, esa confianza, lo llevé a otro nivel, le di opciones, siempre les doy alternativas, ilusión doble alternativa, elija lo que elija siempre gana el cliente, gana la empresa y gano yo, porque vender es ayudar, vender es guiar y porque lo que tú tienes le ayuda a tu cliente.

No tengo el presupuesto, es una objeción típica que te puede tocar, cuando alguien haga eso yo te recomiendo darle opciones de paquetes, de productos, con diferentes precios, y déjalo que elija,

igual te va a comprar, además dale facilidades de pago y dile:

- Yudis: Hagamos algo, te vamos a dar tres paquetes, tres opciones, busca cual es el que más se adecúa a tu presupuesto y también lo que podemos hacer es que lo paguen en dos o tres cuotas y si consideras que el paquete que compraste no te genera el valor que querías, te devolvemos el 100 por ciento de tu inversión.

Si haces eso tienes la garantía de vender, vender y vender.

Nunca permitas que la objeción de un cliente te cierre, te convenza, no dejes que tu cliente te venda sus excusas, véndele tus razones, tus fundamentos , véndele esa fuerza, esa convicción esas ganas que tienes de ayudar; vender es ayudar, vender es aportar.

Haces una llamada a una empresa importante para comunicarte con el dueño, el gerente o la persona que toma las decisiones y la que te va a

contestar es la secretaria, tienes que tener en cuenta que esa secretaria es una persona que quiere sentirse aceptada, importante y reconocida; céntrate en ella, gánate su confianza, averigua quién es, si tiene hijos, cuando es su cumpleaños, cuál es su hobbie , dale un regalo y luego pídele el favor para que te contacte con el encargado de la empresa, porque realmente quieres darle un producto, un servicio que va impactar de manera positiva en el crecimiento de esa organización.

Si te centras en ayudar, si te centras realmente en aportar valor a los demás te ganas a la secretaria, y si te ganas a la secretaria te ganas al jefe.

Sé que tienes muchas preguntas, muchos tipos de objeciones, "no tengo tiempo", "déjame pensarlo", "yo te aviso", "está muy caro", "la competencia", "el color", "el modelo", "la marca", la verdad, hay cientos y miles de objeciones, para todos los gustos y para todas las industrias, pero lo que recomiendo es que utilices evidencia, la evidencia mata la desconfianza, utiliza testimonios.

Cuando tengas a un cliente que está muy feliz por tu servicio, producto o idea pídele un testimonio, pídele una recomendación, tómate una foto con tu cliente, pídele una carta donde hable de la experiencia con tu producto, grábale un video y que recomiende tu producto; cuando vas a buscar nuevos clientes sólo saca esa evidencia y matarás cualquier objeción, duda o desconfianza.

Y si recién estás empezando, y no tienes clientes, busca a tres prospectos y regálale tu producto y cuando te digan gracias tú les dirás: "no te preocupes, yo sé que usted haría lo mismo por mí"; luego le pides por favor que te de un testimonio sobre la experiencia con tu producto, ya sea una carta, un audio, un video, una foto o una recomendación en las redes sociales.

No tengas miedo a pedir testimonios y referidos. La mejor manera de manejar una objeción es con evidencia.

Tú puedes ganar todo el dinero que quieras si

estás dispuesto a vender, cerrar una venta y mejorar tus presentaciones. Un “No” va a fortalecer tu carácter, un “Sí” va a fortalecer tus bolsillos.

Te reto a que te conviertas en un vendedor de talla mundial, en un vendedor milonario, toma cada técnica de este libro, cada información y toma acción, practícalo, lánzate a la acción. Recuerda que tú eres un ganador, todo o nada, ahora o nunca, el resto es cuento.